

METODE PEMASARAN *ON LINE* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN EKSPOR ROTAN DI DESA TRANGSAN GATAK SUKOHARJO

Sri Suranta^{1*}, Sulardi¹, Muhammad Syafiqurrahman¹

¹Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret

Email : srisuranta@yahoo.com

Abstract

The purpose of community service carried out by the UNS Team was to assist Small and Medium Enterprises (SME), especially Wayan Rotan SME and Tiga Warna Rotan SME in order to increase the sale of rattan products to exports. The problem faced by the two SMEs is the sale of rattan products that have not been optimal because the marketing methods carried out are still conventional. The methods used in implementing this activity are: the procurement of online marketing facilities, including notebooks, and modems, making websites as a means of online marketing, and conducting training related to online marketing. The result of service that has been done is increasing sales of rattan products by 38%.

Keywords: Export, On Line Marketing, Trangsan

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan tim Pengabdi UNS adalah untuk membantu Usaha Kecil dan Menengah (UKM), khususnya UKM Wayan Rotan dan UKM Tiga Warna Rotan dalam rangka meningkatkan penjualan produk rotan menuju ekspor. Permasalahan yang dihadapi kedua UKM adalah penjualan produk rotan yang belum optimal karena metode pemasaran yang dilakukan masih konvensional. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah: pengadaan sarana pemasaran *on line*, antara lain notebook, dan modem, pembuatan *website* sebagai sarana pemasaran *on line*, dan melakukan pelatihan terkait pemasaran *on line*. Hasil pengabdian yang telah dilakukan adalah meningkatnya penjualan produk rotan sebesar 38%.

Kata Kunci: Ekspor, Pemasaran *On Line*, Trangsan

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Industri rotan di Indonesia telah berkembang bahkan meningkat bukan hanya penjualan produk rotan ke domestik namun juga bisa ekspor ke luar negeri. Kawiji, Setyowati, Nuning (2013) telah melakukan penelitian studi kasus pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Asri Rotan di Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Kabupaten

Sukoharjo. Hasilnya adalah bahwa usaha dari UKM Asri Rotan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan. Alternatif strategi pengembangan untuk UKM Asri Rotan meliputi (1) mempertahankan kualitas produk untuk meningkatkan daya saing produk, (2) membangun kemitraan dengan agen untuk menjaga kontinuitas pasokan dan permintaan, (3) meningkatkan kapasitas teknologi produksi, (4) meningkatkan manajemen

bisnis, dan (5) meningkatkan keterampilan dan kreativitas sumber daya manusia untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Tindakan partisipatif sebagai realisasi dari strategi pengembangan meliputi: (1) pelatihan pembukuan sederhana, (2) penyusunan laporan keuangan, (3) penyusunan rencana bisnis, dan (4) peningkatan kapasitas teknologi produksi.

Kawiji, *et al.* (2012) melakukan pengabdian pada 2 (dua) UKM, yaitu UKM Warna Warni dan UKM Asri Rotan. Hasilnya adalah kedua UKM ini menghadapi kendala antara lain rendahnya produktifitas karena keterbatasan kapasitas produksi, lemahnya kemampuan manajemen usaha dan minimnya media pemasaran. Kegiatan pengabdian ini merupakan solusi bagi permasalahan tersebut. Solusi untuk UKM Warna Warni adalah peningkatan kapasitas produksi melalui fasilitasi kompresor, efisiensi proses penyetiman melalui introduksi alat stim rotan, peningkatan kemampuan manajemen usaha melalui pelatihan pembukuan praktis dan penyusunan *business plan*. Solusi untuk UKM Asri Rotan adalah peningkatan kapasitas produksi melalui fasilitasi kompresor, inovasi media pemasaran melalui penyusunan katalog produk dan peningkatan manajemen usaha melalui pelatihan pembukuan praktis dan penyusunan *business plan*.

Ummah (2018) melakukan penelitian untuk mengetahui: (1) pengaruh kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran, (2) pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja pemasaran, dan (3) pengaruh kemampuan pemasaran terhadap kinerja pemasaran. Penelitian tersebut merupakan penelitian survei pada pengrajin rotan di Desa Trangsang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Populasi penelitian sebanyak 197 orang sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 67 orang dengan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian ini adalah: (1) kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, (2) inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, dan (3)

kemampuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pengrajin rotan di Desa Trangsang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

Berdasar uraian di atas, usaha rotan perlu dikembangkan dan ditingkatkan baik produksi maupun pemasaran agar UKM rotan yang ada di Indonesia dapat tumbuh berkembang dan usahanya berjalan serta berkelanjutan. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini untuk membantu UKM di Desa Trangsang terkait bidang pemasaran, khususnya metode pemasaran *on line* untuk meningkatkan omzet penjualan produk rotan pada era digital, yaitu era Revolusi 4.0. Pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan 2 UKM, yaitu UKM Wayan Rotan dan UKM Tiga Warna Rotan.

UKM Tiga Warna Rotan mulai menjalankan usaha pada tahun 1994. UKM ini didirikan oleh Bapak Sugimin Trisna Utama. Alamat UKM tersebut di Desa Trangsang RT. 02 RW. 05 Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. Produk yang dihasilkan berupa mebel anyaman rotan, rak-rakan, penyekat ruang, dan lain-lain.

UKM Tiga Warna Rotan memproduksi berdasar pesanan, baik pesanan dari konsumen lokal maupun pesanan dari Koperasi atau Klaster Rotan untuk diekspor. Penjualan mebel rotan untuk konsumen lokal, diantaranya Solo dan sekitarnya, Semarang dan Yogyakarta. Distribusi produk rotan ke konsumen selama ini belum mengalami kendala karena jaraknya tidak terlalu jauh dan alat transportasi relatif mudah, termasuk distribusi rotan ke Klaster atau Koperasi Rotan juga relatif mudah karena masih dalam lokasi desa yang sama, yaitu di Desa Trangsang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo.

Pemasaran UKM Tiga Warna Rotan atas produknya melalui beberapa fasilitas. Pertama, pemasaran melalui internet yang masih sederhana, yaitu dengan membuat akun Instagram untuk meng-*upload* produk yang dihasilkan. Kedua, pemasaran dilakukan melalui pameran-pameran, termasuk pameran yang telah dilakukan

oleh perguruan tinggi, yaitu LPPM UNS. UKM Tiga Warna Rotan belum memiliki media *on line* berupa web sebagai sarana pemasaran yang luas.

UKM Wayan Rotan mulai menjalankan usahanya sejak tahun 2002. UKM ini didirikan oleh Bapak Saryanto. UKM ini beralamat di Kramat RT. 04 RW. 07 Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah. Omzet per tahun UKM ini sebesar Rp500.000.000,- dengan nilai aset sekarang sekitar Rp400.000.000,-. Omzet UKM ini lebih besar dibanding UKM Tiga Warna Rotan yang sekitar Rp300.000.000,- per tahun.

Distribusi sebagian besar produk rotan UKM Wayan Rotan tidak langsung ke konsumen namun melalui Koperasi atau Klaster atau Pengusaha Besar. Distribusi berjalan lancar dan tidak ada kendala transportasi. Pemasaran yang dilakukan oleh UKM ini relatif sederhana belum menggunakan teknik pemasaran tertentu, misalnya belum menggunakan internet sebagai salah satu media *on line* untuk memasarkan produk secara luas. Secara insidental, ada *buyer* luar negeri yang datang langsung ke pengrajin rotan, pengiriman produk ke luar negeri dengan menggunakan jasa kargo.

Jumlah karyawan UKM Wayan Rotan sebanyak 10 orang, namun kualitas SDM belum memadai. Permasalahan SDM sama seperti yang dihadapi oleh UKM Tiga Warna, yaitu pada saat usaha rotan lesu beberapa tahun kemarin, beberapa karyawan keluar dan mereka memilih berkerja di perusahaan tekstil atau di proyek karena menurut mereka penghasilannya lebih pasti.

Persoalan/Permasalahan Prioritas Mitra

Berdasar uraian kondisi dan permasalahan mitra di atas, persoalan prioritas mitra adalah berikut ini. Persoalan diprioritaskan pada aspek/segmen pemasaran. Dari aspek pemasaran, persoalan difokuskan pada

teknik pemasaran maupun media yang digunakan masih sangat sederhana.

Tabel 1. Solusi yang Ditawarkan untuk UKM

No.	Persoalan Prioritas	Solusi
1	Aspek Pemasaran: teknik, media dan sarana pemasaran yang belum optimal	Pelatihan Teknik Pemasaran, Pengadaan Sarana Pemasaran (komputer, internet, web/blog)

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berdasarkan pada target luaran dan solusi yang ditawarkan. Metode yang akan dilakukan adalah berikut ini. Metode yang dilakukan berupa: (1) **Pelatihan-pelatihan**, yaitu Pelatihan Teknik Pemasaran, dan Pelatihan SDM bidang Kerajinan Rotan, dan (2) **Pengadaan Sarana dan Media Pemasaran**, antara lain: Komputer, Jaringan Internet, dan **Pembuatan Web/Blog**. Tujuan pelatihan dan pengadaan sarana dan media pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk rotan.

Tabel 2. Target Luaran bagi UKM

No.	Solusi Yang Ditawarkan	Target Luaran
1	Pelatihan Teknik Pemasaran Pengadaan Sarana Pemasaran	Mitra dapat menerapkan teknik pemasaran Telah dilakukan pengadaan sarana pemasaran (komputer, internet, web/blog)
		Target Luaran Utama: Penjualan rotan dapat meningkat 10%.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pengabdi melakukan tahapan-tahapan berikut dalam kegiatan pengabdian. Pertama, melakukan survei pendahuluan, untuk mengetahui kondisi mitra dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, termasuk prioritas persoalan dari mitra. Kedua, setelah permasalahan dan persolaan prioritas telah ditentukan, selanjutnya memberikan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi persoalan tersebut. Setelah ditentukan solusinya, selanjutnya dilakukan kegiatan, yaitu pembelian komputer/notebook dan modem masing-masing sejumlah 2 (dua) unit, pembelian alat tersebut dilakukan pada awal bulan Mei 2019.

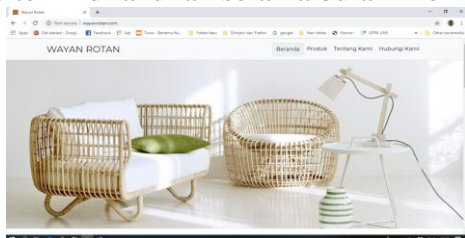


Gambar 1. Produk Rotan

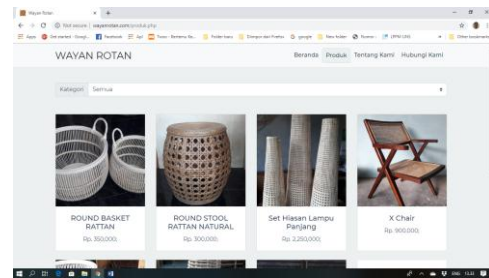


Gambar 2. Notebook

Selanjutnya, setelah pengadaan sarana tersebut, kemudian dilakukan pembuatan *website* untuk pemasaran *on line*, dengan alamat <http://wayanrotan.com> (untuk UKM Wayan Rotan) dan <http://tigawarnarotan.com> (untuk UKM Tiga Warna Rotan), pembuatan *website* ini dilakukan selama bulan Mei 2019.



Gambar 3. Tampilan Website Beranda



Gambar 4. Tampilan Website Produk

Langkah berikutnya adalah dilakukan pelatihan tentang metode pemasaran *on line*. Pelatihan ini dilakukan pada akhir bulan Mei 2019. Hasil dari pembelian sarana dan prasarana untuk pemasaran *on line*, pembuatan *website* dan adanya pelatihan, adalah penjualan meningkat lebih dari 10%.



Gambar 5. Pelatihan Pemasaran On line



Gambar 6. Peserta Pelatihan

Berikut tabel penjualan produk rotan mulai bulan Februari sampai Maret sebagai periode sebelum adanya kegiatan pengabdian dan periode bulan Mei sampai bulan Juli sebagai bulan dilaksanakan kegiatan pengabdian.

Tabel 3. Jumlah dan Jenis Barang yang Dijual Periode Febuari-Juli 2019, UKM Wayan Rotan

No	Jenis Barang	Bulan (Unit)	
		Feb-Apr	Mei-Jul
1	Kursi	325	300

	Tempat		
2	Lampu	74	224
3	Mirror	25	125
4	Basket	60	20
	Total	484	669
	Kenaikan		38%

Sumber: Data UKM Wayan Rotan

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Tim Pengabdi UNS, dapat membantu UKM, khususnya UKM Tiga Warna Rotan dan UKM Wayan Rotan, untuk meningkatkan penjualan produknya yang berupa kerajinan rotan sebagai produk yang ditujukan untuk ekspor. Peningkatan penjualan setelah dilakukan pengabdian sebesar 38%.

E. DAFTAR PUSTAKA

Kawiji, Setyowati, Nuning, 2012, *IbM UKM Rotan Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo*. <https://eprints.uns.ac.id/14175/>. Diunduh tanggal 20 April 2019.

_____, 2013, Pengembangan Usaha Kerajinan Rotan (Pendekatan *Action Research*) Studi Kasus di UKM Asri Rotan Desa Trangsan, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1, pp. 9-18.

Ummah, Fahimatul, 2018, *Mengukur Kinerja UKM Melalui Upaya Inovasi, Kewirausahaan, dan Kemampuan Pemasaran (Studi Pada UKM Sentra Meubel Rotan di Desa Trangsan Gatak Sukoharjo)*. Skripsi tidak dipublikasi. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/1665/1/WORD%20FULL%20SKRIPSI.pdf>. Diunduh tanggal 20 April 2019.